

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, H. (2006). Analisis Pengaruh Motivasi, Komitmen Organisasi Dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Dan Telekomunikasi Provinsi Jawa Tengah. *JRBI*, 2.
- Akdon. (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Anoraga dan Sudantoko. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu, Y. (2017). Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171115161037-78-255819/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online>
- Bani, S. (2016). Menkop; Kontribusi Koperasi dan UKM Terhadap PDB Nasional Meningkatkan Signifikan. *Teropong Senayan.Com*. Retrieved from <http://www.teropongsenayan.com/54738-menkop-kontribusi-koperasi-dan-ukm-terhadap-pdb-nasional-meningkat-signifikan>
- Chandra, M. (2016). Product development and innovation for developing countries.
- D, A. O. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Empiris di UMKM Batako Kecamatan Kepil Kabupaten Wonosobo). *PPKM I*.
- Darul, Q. (2006). Terminologi E-Commerce.
- David, B. (1999). *E-Commerce*. New Jersey: Oracle Corp.
- Davis, F. D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Massachusetts Institute of Technology.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User

Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13.

Duwi, P. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.

Faridah, N. F. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Bandung Selatan.

Fatmawati, E. (2015). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) UNTUK MENGANALISIS PENERIMAAN TERHADAP SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN Endang Fatmawati, 0(01), 1–13.

Ferdinand, A. (2003). *Sustainable Competitive Advantage: Sebuah Eksplorasi Model konseptual*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Ferrel, B. . L. and O. . (2000). The effect of Market Orientation On Product Innovation.

Gerry, A. & P. K. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Hanfan, A. (2017). Membangun Keunggulan Produk Ikonik untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 12.

Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Kabarbisnis.com. (2014). Kadin: Empat kendala penghambat pengembangan UMKM. Retrieved from <http://www.kabarbisnis.com/read/2845011/kadin-empat-kendala-penghambat-pengembangan-umkm>

Kemenkeu.go.id. (2014). No Title.

Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kusumo, A. R. W. (2006). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran

(Studi Industri Batik Skala Besar dan Sedang di Kota dan Kabupaten Pekalongan).

Kusumowidagdo, A. (2012). Pengaruh desain atmosfer toko terhadap perilaku belanja studi atas pengaruh gender terhadap respon pengunjung toko. *International Research Journal of Business Studies*, 3(1).

Maharani Esthi. (2016). Ilham Habibie: Kesadaran UKM Berinovasi Masih Minim. Retrieved from <https://republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/09/21/oduwqr335-ilham-habibie-kesadaran-ukm-berinovasi-masih-minim>

Nis. (2017). UMKM Mendominasi Usaha di Ibu Kota. Retrieved from <http://www.koran-jakarta.com/ukm-mendominasi-usaha-di-ibu-kota---/>

Nyoman, N., Yasa, K., & Sukaatmadja, P. G. (2017). Pengaruh Inovasi, Adopsi e-commerce, dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Pemasaran, 229–240.

Ogi, 1 Adelina Agnes Lopian 2James Massie 3Imelda. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Bpr Prisma Dana Amurang. Emba* (Vol. 4). <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3775>

Porter, M. E. (2003). Competitive Advantage by Michael Porter. *Strategy*.

Prihadi, D. dan S., & Dwita, A. (2018). Pengaruh kemampuan e-commerce dan promosi di media sosial terhadap kinerja pemasaraan. *Benefit Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15–20.

Purwanto, S. (2004). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.

Ramdansyah, A. D., & Taufik, H. E. R. (2017). Adoption model of E-commerce from SMEs perspective in developing country evidence – Case study for Indonesia. *European Research Studies Journal*, 20(4), 227–243.

- Ringhard, V. (2018). Jurnal maneksi vol 7, no. 1, juni 2018, 7(1), 66–73.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Inovations (Third Edition)*. New York: The Fre Press.
- Sartika, T. & R. (2002). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Septian, D. (2018). Baru 9 Persen UMKM RI yang Masuk E-Commerce. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3582327/baru-9-persen-umkm-ri-yang-masuk-e-commerce>
- Sholihin, M., & Mujilawati, S. (2016). Dampak Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM (Studi Kasus Ninda Bros Lamongan). *Jurnal Teknik*, 8(1).
- T M, Amabile; R, Conti; H, C. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39.
- Tapscott, D. (1995). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. United States: Mc-Graw Hill.
- Tatik, S. (2002). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11.
- Wong Jonny. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- YUDITH, N. F. (2005). Analisis distribusi selling-in untuk meningkatkan kinerja pemasaran.
- Yulimar, V. A. (2006). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengadopsian Electronic Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan. *Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana*.

